

**Белорусский государственный университет
Факультет международных отношений**

Кафедра международного туризма

Реферат дипломной работы

**«Организация и управление маркетинговой деятельностью
туристского предприятия»**

Горбунова Елена Александровна,

руководитель Боровская Елена Александровна

2015

РЕФЕРАТ

ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Дипломная работа: 75 страниц, 5 рисунков, 9 таблиц, 4 приложения, 51 использованный источник.

МАРКЕТИНГ, УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ, ПРЕДПРИЯТИЕ, ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА, РЫНОК, ТУРИЗМ, ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА, КОНКУРЕНЦИЯ, СБЫТ, РЕКЛАМА, СТИМУЛИРОВАНИЕ.

Объект исследования: ОАО «Агрокомбинат «Дзержинский»

Цель работы: анализ организации и управления маркетинговой деятельностью ОАО «Агрокомбинат «Дзержинский», включая туристскую деятельность входящего в него центра экологического туризма «Станьково», выявление слабых сторон, а также разработка рекомендаций по их совершенствованию для организации более эффективного функционирования предприятия.

Областью возможного практического применения являются сформулированные в настоящей работе предложения по реструктуризации маркетингового отдела, его взаимодействию с другими службами предприятия, а также реализация некоторых мероприятий по изменению коммуникационной политики, что отразится на повышении производительности всего предприятия.

Приведенный расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

АРГАНІЗАЦЫЯ І КІРАВАННЕ МАРКЕТЫНГАВАЙ ДЗЕЙНАСЦЮ ТУРЫСЦКАГА ПРАДПРЫЕМСТВА

Дыпломная работа: 75 старонак, 5 малюнкаў, 9 табліц, 4 дадаткі, 51 крыніца.

МАРКЕТЫНГ, КІРАВАННЕ МАРКЕТЫНГУ, ПРАДПРЫЕМСТВА, АДДЗЕЛА МАРКЕТЫНГУ, РЫНАК, ТУРЫЗМ, ТАВАРНАЯ ПАЛІТЫКА, КАНКУРЭНЦЫЯ, ЗБЫТ, РЭКЛАМА, СТЫМУЛЯВАННЕ.

Аб'ект даследавання: ААТ «Агракамбінат «Дзяржынскі»

Мэта працы: аналіз арганізацыі і кіравання маркетынгавай дзейнасцю ААТ «Агракамбінат «Дзяржынскі», уключаючы турысцкую дзейнасць цэнтра экалагічнага турызму «Станькава», выяўленне слабых бакоў, а таксама распрацоўка рэкамендацый па іх удасканаленню для арганізацыі больш эфектыўнага функцыяніравання прадпрыемства.

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца сфармуляваныя ў сапраўднай рабоце прапановы па рэструктурызацыі маркетынгавага аддзела, яго ўзаемадзеянні з іншымі службамі прадпрыемства, а таксама рэалізацыя некаторых мерапрыемстваў па змяненні камунікацыйнай палітыкі, што адаб'ецца на павышэнні прадукцыйнасці ўсяго прадпрыемства.

Прыведзены разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан даследуемага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэрэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF MARKETING ACTIVITY OF TOURIST ENTERPRISE

Diploma work: 75 pages, 5 figures, 9 tables, 4 attachments, 51 bibliographic sources.

MARKETING, MARKETING MANAGEMENT, ENTERPRISE, MARKETING DEPARTMENT, MARKET, TOURISM, PRODUCT POLICY, COMPETITION, SALES, ADVERTISING, PROMOTION.

The object of research: publicly traded company «Agrokombinat «Dzerzhinsky».

The purpose of research: To analyze the organization and management of marketing activity of «Agrokombinat «Dzerzhinsky», that also includes a tourism sphere – an ecotourism center «Stankovo», to identify weaknesses and develop recommendations for improving them in order to become a more effective enterprise.

The scope of possible practical applications are set in the proposals of this research including restructure of the marketing department and its interaction with other enterprise departments, as well as the implementation of some measures to change the communication policy that will lead to a more effective work of enterprise.

The calculated and analytical material correctly reflects the state of the research process, moreover all theoretical, methodological and methodical materials, which are taken from literature and other sources, have references to their authors.